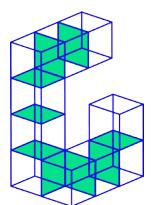
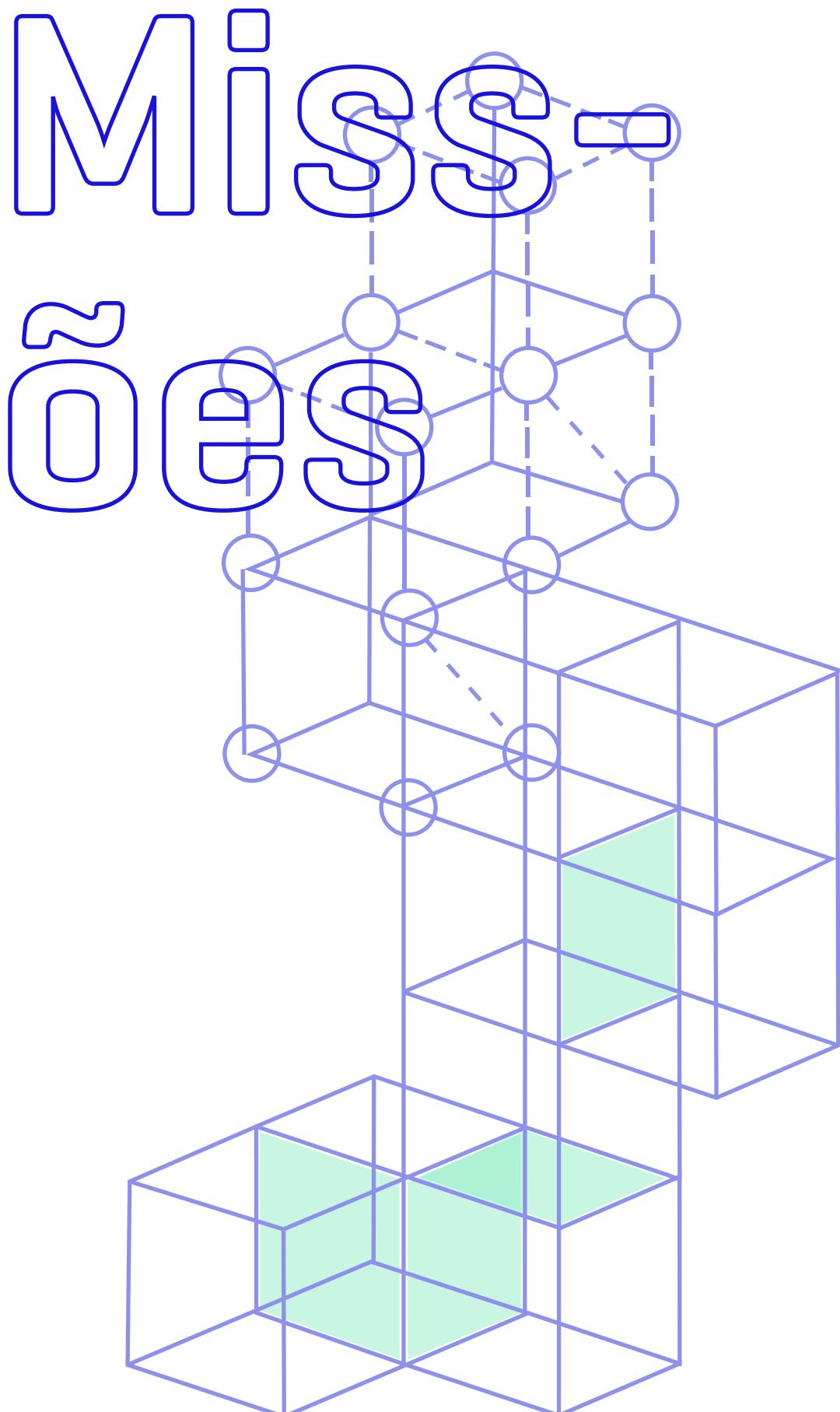


TOOLKIT

MISSÕES



Missões

O MÉTODO, DE RELANCE:

- 1. APRENDER:** Revisar os objetivos e recrutar conselheiros.
- 2. INVENTAR:** Responder a uma série de perguntas sobre sua missão.
- 3. PROGRAMAR:** Criar um rascunho inicial de sua missão.
- 4. REPORTAR:** Compartilhar seu trabalho e receber um feedback.

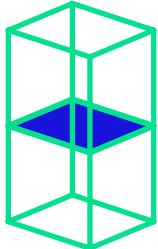
Aprender

Uma missão pode parecer uma coisa assustadora. Na pior das hipóteses, eles são um exercício obrigatório, cujos resultados são postados em um site e são esquecidos. Na melhor das hipóteses, no entanto, eles atuam como uma força orientadora para a sua organização, o que atrai clientes ou doadores e inspira os funcionários.

Tenha em mente que uma missão é tradicionalmente abrangente para uma organização, mas também recomendamos escrever declarações de missão para qualquer nova iniciativa.

Para começar a criar a sua própria missão, primeiro descubra por que você precisa de uma: você quer apenas tê-la, ou você vê a missão como um propósito maior em sua organização? Em seguida, recrute membros-chave da sua equipe (ou partes interessadas externas à sua equipe) para ajudar a influenciar a direção dessa missão ao longo de uma sessão de trabalho focada.





Inventar

Uma vez que você tenha uma equipe reunida, abra cada uma das seguintes sprints respondendo a uma série de perguntas-chave relacionadas à sua organização. Cada pergunta visa gerar respostas que sirvam como os principais atributos e componentes de qualquer missão bem-sucedida. Você deve tentar manter suas respostas o mais curtas possíveis, até mesmo uma palavra. Defina um temporizador no início de cada sprint por 15-20 minutos. Lembre-se de que sempre há espaço para aperfeiçoamento. Trata-se de obter ideias rapidamente!

Ao percorrer cada sprint, converse com seu grupo sobre as ideias e os atributos que estão sendo compartilhados, mas não se preocupe em chegar a um consenso. Neste ponto, quanto mais material tiver que trabalhar, melhor.

IMPACTO (SPRINT 01): Em nosso primeiro sprint, você explorará o impacto ao longo de três perguntas. Você imaginará como será o mundo daqui a 10 anos, graças ao sucesso de sua organização, às pessoas que estão impactando e às maneiras pelas quais você avaliará seu sucesso.

INSTRUÇÃO 01: ÁREA DE IMPACTO

Pergunta: O que sua organização está melhorando ou reduzindo? **Resposta:** O problema que queremos resolver é _____.

INSTRUÇÃO 02: BENEFICIÁRIO ALVO

Pergunta: Quem é mais impactado pelo seu trabalho? **Resposta:** Nossa organização se esforçará para atender _____.

INSTRUÇÃO 03: MÉTRICA DE IMPACTO

Pergunta: Como sua organização pode medir seu impacto? **Resposta:** acompanharemos nosso progresso medindo _____.

PROPOSTA DE VALOR (SPRINT 02): Em nosso segundo sprint, você analisará três perguntas adicionais para refletir sobre sua diferenciação exclusiva no mercado, bem como sobre o valor final que está fornecendo ao público-alvo.

INSTRUÇÃO 01: RELAÇÃO PRODUTO-MERCADO

Pergunta: Lembre-se do beneficiário que você identificou na Sprint 01. Qual é a maior necessidade que você está abordando? Resposta: Nossa organização ajuda _____ a alcançar sua maior necessidade, que é _____.

INSTRUÇÃO 02: INCENTIVO INTERNO

Pergunta: Que valor isso pode criar para sua organização? Resposta: Ao fazer isso, nossa organização cria valor para nós mesmos por meio de _____.

INSTRUÇÃO 03: RELAÇÃO NEGÓCIO-MODELO

Pergunta: Como isso se alinha aos valores da sua organização? Resposta: Isso se alinha aos valores da nossa organização porque _____.

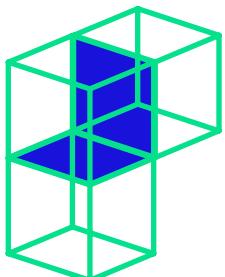
CONHECIMENTO INTERNA (SPRINT 03): Nosso terceiro sprint consiste em duas perguntas que nos permitem explorar o conhecimento interno necessário para atingir esse objetivo. Além disso, refletiremos sobre como adquirir esse talento.

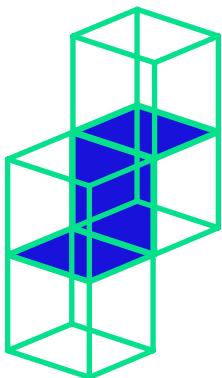
INSTRUÇÃO 01: CONHECIMENTO NECESSÁRIO

Pergunta: Que tipo de conhecimento interno você precisará para alcançar o impacto? Resposta: Para atingir esse objetivo, nossa organização deve ter uma equipe, incluindo _____.

INSTRUÇÃO 02: FUNIL DE RECRUTAMENTO

Pergunta: Como podemos encontrar e atrair esse conhecimento? Resposta: Nós atrairemos esse talento por _____.





CONHECIMENTO EXTERNO (SPRINT 04): No quarto sprint, continuaremos a conversa em torno da especialização, mas, desta vez, analisaremos externamente para refletir sobre os tipos de parceiros que precisamos para realizar nossa missão.

INSTRUÇÃO 01: PARCEIROS POTENCIAIS

Pergunta: Com quais parceiros sua organização pode se alinhar para acelerar o impacto? **Resposta:** Externamente, nossa organização pode colaborar com ____ para aumentar o impacto por ____.

INSTRUÇÃO 02: BENEFÍCIO MÚTUO

Pergunta: De que maneira essa parceria poderia ser mutuamente benéfica? **Resposta:** Isso é mutuamente benéfico, pois compartilharemos os benefícios, inclusive ____.

SUSTENTABILIDADE (SPRINT 05): Em seu sprint final, você estará explorando o tema da sustentabilidade para entender onde você se encaixa no mercado e os tipos de oportunidades que existem para sustentar seus esforços.

INSTRUÇÃO 01: ATIVOS CHAVE

Pergunta: Quais são os três principais recursos de que precisamos para que essa ideia seja bem-sucedida (por exemplo, dinheiro, conhecimento, suporte técnico, etc.)? **Resposta:** Para ter sucesso em atingir sua meta, nossa organização precisa de ____.

INSTRUÇÃO 02: APOIANTES POTENCIAIS

Pergunta: Quem poderia fornecer esses ativos (clientes, doadores etc.)? **Resposta:** Nossa organização pode obter apoio de ____.

INSTRUÇÃO 03: OPORTUNIDADES DE MERCADO

Pergunta: Que tipos de novas oportunidades de mercado podem apoiar esse objetivo? **Resposta:** Nossa organização pode até ser capaz de sustentar seu objetivo por ____.

Programar

Agora, uma instrução de cada vez, pegue todos os atributos individuais e procure padrões para consolidar e contextualizar as informações produzidas ao longo do dia. Em última análise, o objetivo agora é decidir sobre um atributo por intrução para seguir em frente.

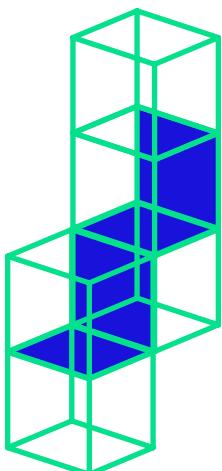
Se você está tendo dificuldades em chegar a um consenso ou se o grupo é bastante grande, os participantes individuais podem marcar pontos ou colocar adesivos nos atributos mais inspirados e compelidos, como forma de visualizar o consenso.

Depois de ter identificado o atributo principal para cada instrução, obtenha todas as respostas em um longo parágrafo. Este deve ser um total de 13 frases que você desenvolveu ao longo dos sprints.

Agora, é hora de wordsmith. Simplifique a missão de 13 frases para uma única afirmação ou de duas a três frases no máximo, que englobe todo o exercício da melhor maneira possível. Realmente tente detalhar o que é mais importante. Corte o cotão.

Reportar

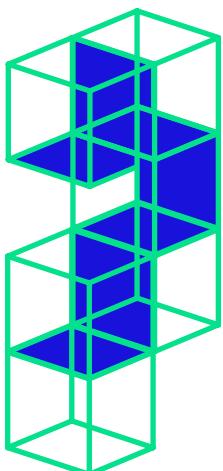
Convide outras pessoas (colegas de trabalho, amigos, familiares, estranhos) para ler a missão e ver como eles a entendem bem. Está claro o que sua organização está querendo alcançar? Eles entendem o que você faz e com quem? Use esse feedback como uma oportunidade para considerar as edições que você pode fazer na missão e continuar a refiná-la.



Boas Prácticas: Missões

- Uma boa missão define claramente o que a organização está fazendo agora. É realista e honesto, mas ainda inspirador. Uma boa visão (que é frequentemente combinada com a missão) representa o que você quer que o resultado dessa missão seja.
- Sua liderança, equipe e o público devem ser capazes de se reunir em torno de sua missão. A missão é uma declaração muito pública. Faça com que seja relacionável e use uma linguagem que seja acolhedora para os outros.
- Mantenha uma meta ampla o suficiente para permitir que você se adapte às novas necessidades e oportunidades do mercado, mas específica o suficiente para ser exclusiva da proposta de valor de sua organização. Evite linguagem que seja muito prescritiva. Por exemplo, a missão do Google é “Organizar as informações do mundo e torná-las universalmente acessíveis e úteis”, e não “criar um excelente mecanismo de pesquisa”.
- Pense no que você faz em um contexto social. Pense grande! Considere um objetivo audacioso. Isso é o que mantém você seguindo em frente. Não há problema em ser idealista.
- A missão é o veículo para alcançar a visão. Como resultado, ela deve orientar o trabalho de sua equipe e ser escrita com base nas principais competências e proposta de valor de sua organização.

INSPIRAÇÃO E RECURSOS ADICIONAIS:



Nosso próprio trabalho tem sido influenciado por um número incrível de pessoas e organizações. É altamente recomendável apoiá-los e revisar seu trabalho para mais inspiração!

Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur, 2010.

VAMOS TRABALHAR JUNTOS:

Nós entendemos. É difícil fazer todo isso sozinho. Nossa equipe de consultores premiados está aqui para ajudar. Ajudamos mais de 600 organizações a alcançar milhões de pessoas e a aumentar sua receita. Além disso, criamos ferramentas confiadas por milhares de profissionais e executivos, assim está nas melhores mãos possíveis. Para saber mais, entre em contato com o verynice:

info@verynice.co

